

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Di era modern sekarang ini banyak dibutuhkan wirausahawan – wirausahawan sukses yang nantinya mampu memberikan kontribusi bagi perekonomian Indonesia, contohnya membuka lapangan pekerjaan. Indonesia membutuhkan wirausahawan sedikitnya setara dengan 4% dari jumlah penduduk. Namun, saat ini baru ada 0,4% dari jumlah penduduk. Jadi di Indonesia membutuhkan tambahan jutaan usahawan baru (Kompas Minggu, 14 Agustus 2011).

Menjadi seorang wirausaha yang sukses dibutuhkan motivasi yang kuat, penelitian Rahman dan Rahman (2011) menunjukkan bahwa motivasi yang kuat menjadi pendorong mereka menjadi wirausaha. Salah satu pendekatan motivasi adalah motivasi dari Mc Clelland. Menurut Mc Clelland ada 3 hal yang melatar belakangi motivasi seseorang, yang pertama adalah *The Need for Achievement ((n-ach)* – Kebutuhan akan Prestasi / Pencapaian, yang kedua adalah *The Need for Authority and Power (n-pow)* – Kebutuhan akan Kekuasaan, dan yang terakhir adalah *The Need affliction (n-affil)* – Kebutuhan akan Afiliasi / Keanggotaan.

Sebuah usaha yang sedang mengalami peningkatan di kota Semarang adalah *Rockshop*. Namun, pada dasarnya, masyarakat lebih mengenal distro dimana *distro* berasal dari kata ***Distribution Outlet*** yang bisa diartikan

sebagai tempat / outlet / toko yang secara khusus mendistribusikan produk dari suatu komunitas musik band – band independent atau yang lebih dikenal dengan sebutan band indie (dongnong.wordpress.com). Produk – produknya biasanya terdiri dari album – album band indie sampai pernik – perniknya seperti kaos dan aksesoris lainnya. Di kota – kota besar seperti Jakarta dan Bandung, keberadaan distro sudah ada dari tahun 1990 an. Di awal tahun 2000 fenomena distro terasa semakin gencar di telinga – telinga ketika pergerakan musik Punk kemudian berubah menjadi *Pop Culture* yang banyak digemari oleh para remaja. Sedangkan *Rockshop* bisa diartikan sebagai tempat / outlet / toko yang menjual barang – barang untuk musik rock dan sering digunakan dalam suatu acara musik. Konsep Rockshop sebenarnya hampir sama dengan distro, yang membedakan adalah barang – barang yang dijual merk nya berbeda, barang – barang yang dijual harganya juga berbeda, jauh lebih mahal dibandingkan dengan distro dikarenakan memang merk nya yang sudah cukup terkenal (*Petersaysdenim, Crozz, Windfall, Woles*). Pertumbuhannya di kota Semarang juga bagus, ada 3 Rockshop yang tumbuh, berkembang dan terkenal di kota Semarang yaitu Buck Store, Moxie Inconspiracy dan *Ultraa Store*.

Ultraa Store adalah sebuah Rockshop di kota Semarang yang berkecimpung di dunia *fashion* dan musik (*kaos, celana, sepatu, gelang, CD, dompet*). Sekitar 3 tahun yang lalu *Ultraa Store* membuka usahanya dalam bentuk online shop, lama kelamaan seiring dengan berjalannya waktu *Ultraa Store* kemudian membuka outlet sendiri yang terletak di Jalan

Peleburan barat nomer 35, Semarang. Berdasarkan hasil wawancara Omzet usaha ini berkisar antara 40 – 50 juta/bulan. Segmen pasar yang dituju adalah anak – anak muda yang berkisar antara 17 – 25 tahun. Cara pemasarannya melalui media internet (*facebook, twitter*), menjadi sponsor band – band rock dan band – band indie khususnya di kota Semarang, kemudian menjalin kerja sama dengan Group band. Menurut pemilik *Ultraa Store* sendiri faktor – faktor yang membuat usaha ini bertahan adalah permintaanya yang masih banyak dan cenderung meningkat.

Salah satu hal yang menjadikan usaha Rockshop berkembang adalah motivasi pemiliknya. Sikap dan motivasi merupakan bagian yang penting dan saling berkaitan dalam keseluruhan kepribadian individu dalam membuka sebuah usaha. Sikap dan motivasi juga memiliki hubungan yang timbal balik dan akan menunjukkan kecenderungan berperilaku untuk memenuhi tercapainya pemuas kebutuhan (Syamsudin dan Suryana, 2001). Motivasi merupakan usaha yang disadari seseorang agar dia tergerak hatinya untuk bertindak melakukan sesuatu sehingga mencapai hasil atau tujuan tertentu (Purwanto, 2004).

Penelitian ini akan difokuskan kepada pemilik *Rockshop Ultraa Store* di kota Semarang. Alasan pemilihan *Rockshop Ultraa* dikarenakan selama 3 tahun berkembang dan cukup pesat. Menurut beberapa pelanggan Rockshop *Ultraa* memiliki produk yang selalu *up to date* dan cenderung banyak diminati anak muda. Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti tertarik untuk

melakukan penelitian dengan judul “*ANALISIS MOTIVASI PEMILIK USAHA ROCKSHOP (ULTRAA STORE) SEMARANG*”.

1.2. Perumusan Masalah

Perumusan masalah pada penelitian ini yaitu bagaimanakah motivasi pemilik *Ultraa Store* berdasarkan teori Mc Clelland ?

1.3. Pembatasan Masalah

Pembatasan masalah pada penelitian ini adalah motivasi yang digunakan adalah motivasi pendekatan Mc Clelland. Motivasi terdiri dari tiga kebutuhan yaitu kebutuhan akan kekuasaan, kebutuhan akan berprestasi dan kebutuhan akan afiliasi.

1.4. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.4.1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui motivasi pemilik *Ultraa Store* berdasarkan teori Mc Clelland.

1.4.2. Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian adalah sebagai berikut :

a. Bagi peneliti

Hasil penelitian ini bermanfaat untuk menambah minat dan wawasan bagi peneliti untuk menjadi seorang wirausahaan yang sukses sekaligus

sebagai sumbangan pemikiran peneliti bagi kemajuan dunia kewirausahaan.

b. Bagi penelitian berikutnya :

Penelitian ini dapat digunakan sebagai referensi untuk penelitian selanjutnya dengan topik yang serupa.

1.5. Sistematika Penulisan

Untuk mempermudah dalam pembahasan, maka penulisan penelitian ini disusun dengan sistematika sebagai berikut :

BAB I. PENDAHULUAN

Dalam bab ini berisi tentang latar belakang , perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan dalam penelitian ini.

BAB II. LANDASAN TEORI

Dalam bab ini berisi tentang landasan teori, pengembangan hipotesis, serta kerangka pemikiran penyusunan skripsi.

BAB III. METODE PENELITIAN

Dalam bab ini berisi tentang lokasi dan obyek penelitian, populasi dan sampel, jenis dan sumber data, serta alat analisis data yang digunakan.

BAB IV. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Dalam bab ini berisi tentang analisis dan pembahasan data yang akan menguraikan berbagai perhitungan yang diperlukan untuk menjawab permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini.

BAB V. KESIMPULAN

Dalam bab ini berisi tentang kesimpulan, saran dari analisa yang telah dilakukan pada bagian sebelumnya.